

### **BAB III**

#### **KEPUTUSAN IJTIMA' ULAMA KOMISI FATWA MUI SE-INDONESIA II TAHUN 2006 DAN UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

##### **A. Gambaran Singkat Profil Lembaga MUI (Majelis Ulama Indonesia)**

###### **a. Sekilas Tentang Komisi Fatwa**

Latar belakang berdirinya MUI melihat pada kebanyakan fatwanya didorong oleh 4 (empat) hal, yaitu memelihara hubungan baik dengan pemerintah. Waspada pada ancaman kristenisasi, hasrat untuk dapat diterima dengan baik oleh organisasi Islam atau masyarakat Islam dan untuk menjawab tantangan zaman.<sup>1</sup>

MUI pusat yang lahir pada tanggal 26 Juli 1975 M (17 Rajab 1395 H) didorong oleh dua hal, yaitu lokakarya mubaligh se-Indonesia yang diselenggarakan oleh pusat Dakwah Indonesia pada tanggal 26– 29 Nopember 1974 dan amanat dari presiden Suharto tanggal 24 Mei 1975 pada saat menerima Pengurus Dewan Masjid Indonesia yang mengharapkan dibentuknya Majelis Ulama Indonesia.<sup>2</sup>

MUI mempunyai fungsi yang sangat strategis dan relevan dalam kehidupan beragama dan berbangsa, yang meliputi :

---

<sup>1</sup>. Atho' Mudzhar, *Pendekatan Studi Islam dalam Teori dan Praktek*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, hlm. 251

<sup>2</sup>. Muhyiddin, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tahun 1991-2003 (Telaah Metode Istibat Hukum : Bayani, Ta'lili dan Istislahi)*, Tesis, Semarang, 2006, hlm. 57,

1. Memberi fatwa dan nasehat mengenai masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada pemerintah dan umat Islam umumnya, sebagai amar ma'ruf nahi munkar.
2. Memperkuat ukhuwah (kerukunan) Islamiah dan memelihara serta meningkatkan suasana kerukunan antar umat beragama dalam mewujudkan persatuan dan kesatuan bangsa.
3. Mewakili umat Islam dalam konsultasi antar umat beragama.
4. Menjadi penghubung antara ulama dan umara (pejabat pemerintahan), serta menjadi penerjemah timbal balik antara pemerintah dan umat beragama guna menyukseskan pembangunan nasional.<sup>3</sup>

Berbeda dari majlis Tarjih Muhammadiyah yang lahir 15 (lima belas) tahun setelah berdirinya organisasi Muhammadiyah, komisi fatwa MUI lahir sejak bersamaan dengan lahirnya MUI tahun 1975 M (1395 H).

Tugas pokok komisi ini adalah menampung, meneliti, membahas dan merumuskan rencana fatwa dan hukum tentang masalah-masalah keagamaan dan kemasyarakatan. Adapun produk keputusannya bisa berupa fatwa, nasehat, anjuran, seruan.<sup>4</sup> Fatwa yaitu keputusan komisi fatwa dan hukum MUI (KFHMUI) yang perlu dilaksanakan oleh pemerintah maupun masyarakat. Nasehat yaitu keputusan KFHMUI dalam rangka mendorong pemerintah dan masyarakat. Anjuran yaitu keputusan KFHMUI dalam rangka mendorong pemerintah dan masyarakat untuk lebih intensif melaksanakannya, sedangkan seruan adalah keputusan KFHMUI yang menyangkut masalah untuk tidak dilaksanakan oleh pemerintah dan masyarakat. Semua bentuk keputusan komisi ini disampaikan kepada Dewan Pimpinan MUI yang selanjutnya ditetapkan menjadi keputusan MUI.

---

<sup>3</sup>. Kafrawi, Ridwan, dkk, *Ensiklopedi Islam, Jilid III*, Jakarta : Ichtiar Baru Van Hove, 2002, hlm. 122

<sup>4</sup>. Abdul, Aziz, Dahlan, dkk, *Ensiklopedi Hukum Islam 2*, Jakarta : Ichtiar Baru Van Hove, 1997, Cet. 1, hlm. 963

Sejak berdirinya tahun 1975 sampai dengan tahun 2003, komisi fatwa MUI telah melahirkan fatwa hukum sebanyak 83 fatwa yang diketahui secara pasti dari buku “Himpunan Putusan Fatwa MUI” yang diterbitkan oleh Depag tahun 2003 dengan rincian 23 (dua puluh tiga) fatwa bidang ibadah, 8 (delapan) fatwa bidang keagamaan, 41 (empat puluh satu) fatwa bidang sosial kemasyarakatan dan 11 (sebelas) fatwa bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Sampai dengan tahun 2005 diperkirakan sudah sampai 100 (seratus) fatwa yang dikeluarkan, khusus Munas VII Alim Ulama tahun 2005 saja melahirkan 11 (sebelas) fatwa. Sedangkan fatwa halal jumlahnya sudah ratusan.<sup>5</sup>

Dalam kinerjanya, komisi fatwa MUI mempunyai mekanisme dan prosedur penetapan fatwa yang menjadi pedoman dalam mengeluarkan fatwa. Menurut K.H. Ma'ruf Amin penetapan fatwa harus didasarkan pada dalil, baik al-Qur'an. Hadits, maupun dalil hukum lainnya, karena itu diperlukan prosedur penetapan fatwa untuk menghindari *tahakkum* yang artinya membuat-buat hukum maksudnya menyatakan hukum tanpa mendasarkannya pada dalil-dalil hukum.<sup>6</sup> Perbuatan *tahakkum* harus dihindari karena Allah secara tegas melarangnya dalam firman Nya surat an-Nahl ayat 116 :

---

<sup>5</sup>. *Himpunan Fatwa MUI*, Jakarta : Direktorat Jenderal BPIH Departemen Agama RI, 2003, hlm. xiii - xv

<sup>6</sup>. Ma'ruf, Amin, *Pengantar dalam Buku Himpunan Fatwa MUI*, Jakarta : Departemen Agama, 2003, hlm. VII

Artinya: *“Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "Ini halal dan Ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.”* (QS. An-Nahl: 116).<sup>7</sup>

Komisi fatwa MUI merupakan lembaga independen yang terdiri dari para ahli ilmu dan merupakan kelompok yang berkompeten dan memiliki otoritas yang memadai untuk memberikan keputusan-keputusan ilmiah. MUI dengan seluruh anggota komisi fatwanya selalu berpegang kepada al-Qur'an dan as-Sunnah dengan memperhatikan pendapat para ulama terdahulu dan juga menggunakan kaidah ushuliyah atau fiqliyah. Fatwa merupakan hal yang sangat penting untuk memberikan penjelasan dan penerangan kepada umat Islam utamanya berkaitan dengan status hukum maupun kepantasan dan etika menurut agam Islam.

Di dalam menyikapi dan berinteraksi dengan kelompok yang berbeda, MUI tidak fanatik dengan madzhab, kelompok maupun negara. Putusan MUI ini merupakan putusan lembaga bukan perorangan dan tujuannya adalah mencapai kebenaran dengan menjaga kebenaran proses kesimpulan dalil, tujuan-tujuan syara', realitas keadaan, perubahan situasi dan kondisi serta pencurahan segala kemampuan untuk menetapkan. Prosedur penetapan fatwa MUI adalah menetapkan.

---

<sup>7</sup>. Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang : Karya Toha Putra, 2002, hlm. 280

Setiap masalah yang disampaikan pada komisi dipelajari oleh anggota komisi sekurang-kurangnya satu minggu sebelum disidangkan. Apabila masalah tersebut jelas hukumnya, maka fatwa menjadi gugur. Sedangkan masalah yang terjadi khilafiyah di kalangan madzhab, maka yang di fatwakan adalah hasil *tarjih*. Setelah melakukan pembahasan secara mendalam dengan memperhatikan pendapat dan pandangan yang berkembang dalam sidang, komisi menetapkan fatwa. Setelah ditandatangani oleh dewan pimpinan, maka setiap keputusan fatwa harus di tanfidzkan dalam bentuk SKF (surat keputusan fatwa). SKF harus dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat luas. Dalam SKF juga harus dicantumkan dasar-dasarnya disertai dengan uraian dan analisis secara ringkas serta sumber pengambilannya. Setiap SKF sedapat mungkin disertai rumusan tindak lanjut dan jalan keluar yang diperlukan sebagai konsekuensi SKF tersebut.<sup>8</sup>

MUI berwenang mengeluarkan fatwa mengenai masalah-masalah keagamaan yang bersifat umum dan menyangkut umat Islam secara nasional maupun masalah keagamaan yang ada di suatu daerah yang bisa meluas ke daerah lain. MUI Daerah juga dapat mengeluarkan fatwa mengenai masalah keagamaan di daerah dengan berkonsultasi pada MUI atau komisi fatwa MUI. Penentuan klasifikasi masalah dilakukan oleh tim khusus.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>. Himpunan Fatwa MUI, *Op Cit*, hlm. 5-6

<sup>9</sup>. *Ibid*, hlm. 7

Berdasarkan keputusan MUI tanggal 12 April 2000 disebutkan bahwa dasar umum dan sifat fatwa adalah “ penetapan fatwa didasarkan pada al-Qur’an, Sunnah, Ijma’ dan Qiyas. Penetapan fatwa bersifat responsif, proaktif dan antisipatif. Aktivitas penetapan fatwa dilakukan secara kolektif oleh komisi fatwa”.<sup>10</sup>

Adapun metode penetapan fatwa adalah sebagai berikut :

1. Sebelum fatwa ditetapkan hendaklah ditinjau lebih dahulu pendapat para imam madzhab tentang masalah yang akan difatwakan secara seksama.
2. Masalah yang telah jelas hukumnya disampaikan sebagaimana mestinya.
3. Dalam masalah yang terjadi khilafiyah dikalangan madzhab, maka penetapan fatwa didasarkan pada hasil usaha penemuan titik temu antara pendapat-pendapat madzhab melalui metode *al-Jam’u wa al-tawfiq*. Jika usaha penemuan titik temu tidak berhasil dilakukan, penetapan fatwa didasarkan pada hasil *tarjih* melalui metode muqaranah al-Muqaram.
4. Dalam masalah yang tidak ditemukan pendapat hukumnya dikalangan madzhab, penetapan fatwa didasarkan pada hasil ijtihad jama’i (kolektif) melalui metode *bayani*, *ta’lili* (*qiyasi*, *istihsani*, *ilhaqi*), *istislahi* dan *sadd al-Zari’ah*.

---

<sup>10</sup>. *Ibid*, hlm. 384-385

5. Penetapan fatwa harus senantiasa memperhatikan kemaslahatan umum (*masalih 'ammah*) dan *maqasid al syari'ah*.

- a. Sejarah Fatwa

Pada masa perkembangan ilmu hadits dikenal fatwa Syaikh Muhammad Alisy, seorang mufti besar pada masa Maliki (seorang mufti mazhab Maliki). Ia terkenal sebagai seorang penasehat Imam Malik dalam memutuskan perkara hukum. Pendapat-pendapatnya cukup terkenal dan telah menjadi pegangan bagi ulama-ulama abad modern.<sup>11</sup>

Setelah masa berlalunya Muhammad Alisy, muncullah seorang pembaru (*Mujaddid*) besar, yaitu Muhammad Rasyid Ridha. Beliau mengemukakan pendapatnya yang senantiasa populer dan selalu dimuat dimajalah tersebut berkembang selama 35 tahun yang senantiasa mengemukakan fatwa-fatwa keagamaan sebagai jawaban terhadap segala kejadian di dunia Islam.<sup>12</sup>

Fatwa yang mendasar dapat dibagi dalam isi tafsir Al-Manar, antara lain sebagai berikut :

- a. Fatwa selalu mengemukakan hal-hal aktual yang memutuskan perkara sesuai dengan prinsip-prinsip syari'at Islam
- b. Adanya kebebasan ilmiah dalam mengemukakan pendapat tanpa terikat dalam satu mazhab tertentu

---

<sup>11</sup>. Hudaf, *Keluarga Berencana dalam Qur'an dan Sunnah*, Tanya Jawab, Jakarta : yayasan Kesejahteraan UIN Syarif Hidayatullah, t.th, hlm. 27

<sup>12</sup>. Rohadi, Abdul Fatah, *Analisis Fatwa Keagamaan dalam Fikih Islam*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006, hlm. 13

c. Fatwa syaikh Muhammad Rasyid Ridha selalu mengandung nilai-nilai perdamaian, kebaikan, kemaslahatan hidup dan senantiasa untuk menegakkan Islam secara komit. Untuk mengikuti jejaknya Rasyid Ridha, maka datanglah Imam besar dan termashur seantero dunia

d. Fatwa dihasilkan dari sumber-sumber yang terpercaya, yakni hadits Rasulullah Saw yang sangat besar pengaruhnya dalam masyarakat.

Para ulama senantiasa berdiri tegak sesuai dengan fungsi dan proporsinya. Mereka mampu mengembangkan ajaran-ajaran Islam lengkap dengan cara pengambilan keputusan terhadap masalah keagamaan dengan menggunakan metode penelitian yang mendalam disertai ijtihad yang sungguh-sungguh.

Lembaga pemberi fatwa di Indonesia yang mengemukakan (dikenal banyak orang) adalah Majelis Tarjih Muhammadiyah, Bahs al-Masa'il al-Diniyyah NU dan Komisi fatwa MUI. Sebenarnya masih ada lembaga fatwa lain yang belum terisolasi dengan baik seperti lembaga fatwa dibawah "Hizbut Tahrir Indonesia" dan Dewan Hisbah Persis.<sup>13</sup>

Sebagai pelengkap studi tentang fatwa MUI, kiranya perlu diperkenalkan 3 (tiga) lembaga fatwa tersebut di atas sebagai berikut :

#### 1. Majelis Tarjih muhammadiyah

Majlis Tarjih Muhammadiyah adalah lembaga dibawah naungan Muhammadiyah yang secara khusus bertugas membahas dan mengkaji

---

<sup>13</sup>. Hasan, Bisri, *Pilar-Pilar Penelitian Hukum Islam dan Pranata Sosial*, Jakarta : Raja Grafindo Perkasa, 2004, hlm. 230



persoalan-persoalan yang berkaitan dengan ajaran Islam khususnya hukum Islam. Majelis tersebut lahir 15 tahun sesudah lahirnya Muhammadiyah (1912), yaitu pada 1928 M.<sup>14</sup>

Pada awal kelahirannya sampai dengan tahun 1953, majelis banyak mencurahkan perhatiannya pada persoalan-persoalan khilafiyah dalam masalah ibadah. Mulai tahun 1954 pokok pembahasannya berkembang ke soal-soal lain seperti soal batasan aurat wanita. Kemudian pada tahun 1960 dalam muktamar di Pekejangan Pekalongan, sesuai dengan perkembangan pemikiran hukum di Indonesia, majelis tersebut mulai membahas masalah kontemporer.<sup>15</sup>

Adapun dalam hal melakukan penetapan hukum, majelis tersebut berpedoman pada 18 prinsip yaitu :<sup>16</sup>

- 1). Merujuk pada al-Qur'an dan as Sunnah atau hadits shahih dalam berijtihad
- 2). Menetapkan suatu keputusan dalam musyawarah
- 3). Tidak terikat pada suatu madzhab fiqh, tetapi menjadikan pendapat Imam madzhab sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan hukum sepanjang sesuai dengan jiwa al-Qur'an dan sunnah
- 4). Terbuka, toleran dan tidak menganggap bahwa keputusan majelis tersebut yang paling benar

---

<sup>14</sup>. Abdul, Aziz, Dahlan, dkk, *Ensiklopedi Hukum Islam* 2, Jakarta : Ichtiyar Baru Van Houve, 1997, Cet. 1, hlm. 1603

<sup>15</sup>. Muhyiddin, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tahun 1991-2003 (Telaah Metode Istinbat Hukum : Bayani, Ta'lili dan Istislahi)*, Tesis, Semarang, 2006, hlm. 57, t.d

<sup>16</sup>. Abdul, Aziz Dahlan, dkk, *Op Cit*, hlm. 1065

- 5). Menggunakan hanya dalil-dalil yang mutawatir dalam masalah akidah (tauhid)
- 6). Tidak menolak ijma' sahabat sebagai dasar keputusan
- 7). Menggunakan cara *al-jam'u wa al-taufiq* (kompromi) jika menemukan dalil yang mengandung *ta'arud* (pertentangan) dan melakukan *tarjih* (menguatkan salah satu dalil) kalau tidak dapat menempuh cara tersebut.
- 8). Menggunakan asas *sadd al-zari'ah* (menolak segala jalan yang membawa kepada kerusakan) untuk menghindari danya fitnah dan *mafsadat* (berbahaya / kerusakan).
- 9). Menggunakan *ta'lil* sebagai dasar qiyas untuk memahami kandungan dalil-dalil al-Qur'an dan Sunnah sepanjang sesuai dengan tujuan syari'at
- 10). Menggunakan dalil dalam penetapan suatu hukum secara komprehensif, utuh, bulat dan tidak terpisah-pisah
- 11). *Mentakhsis* dalil-dalil al-Qur'an dengan hadits ahad, kecuali dalam bidang aqidah
- 12). Menggunakan prinsip *al-taisir* (kemudahan) dalam mengamalkan ajaran Islam.
- 13). Menggunakan akal untuk memahami ibadah yang ketentuannya diperoleh dalam al-Qur'an dan Sunnah
- 14). Menggunakan akal demi tercapainya kemaslahatan umat dalam hal-hal yang termasuk persoalan-persoalan duniawi

- 15). Menerima paham sahabat untuk memahami nash yang *musytarak* (mengandung beberapa arti).
- 16). Mendahulukan ma'na *dhohir* dari *ta'wil* dan menerima *ta'wil* para sahabat dalam masalah akidah
- 17). Menempuh cara ijthihad yang meliputi *ijthihad bayani*, *ijthihad qiyas* dan *ijthihad itshlahi*
- 18). Menggunakan hadits sebagailandasan hukum.<sup>17</sup>

## 2. Bahs al-Masail al-Diniyah NU

Lembaga tersebut adalah salah satu komisi dalam organisasi NU yang berfungsi melaksanakan program di bidang hukum. Kajian hukumnya membahas berbagai masalah keagamaan. Tugas komisi ini berupa menghimpun, membahas dan memecahkan masalah-masalah yang menuntut kepastian hukum.

Adapun langkah dan proses penetapan hukumnya meliputi :

- 1). Inventarisasi masalah
- 2). Melakukan penelitian terhadap pendapat-pendapat ulama madzhab melalui kitab-kitab klasik
- 3). Mengadakan diskusi-diskusi dengan ulama-ulama dan ahli yang dianggap memiliki otoritas terhadap masalahyang dihadapi
- 4). Mengambil ketepatan hukum.<sup>18</sup>

## 3. Komisi Fatwa MUI

---

<sup>17</sup>. Abdul, Aziz Dahlan, dkk, *Op Cit*, hlm. 1065

<sup>18</sup>. *Ibid*, hlm. 175

Komisi fatwa MUI merupakan salah satu komisi di MUI yang menangani persoalan hukum yang mendapat perhatian khusus karena masyarakat sangat memerlukan nasehat keagamaan dari ulama' agar perubahan sosial yang ditimbulkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan pembangunan tidak menjadikan masyarakat, bangsa dan negara Indonesia menyimpang dari kehidupan yang religius.<sup>19</sup>

Fatwa merupakan hasil pemikiran para ulama yang patut kita pertahankan sepanjang masa karena senantiasa memberikan warna terhadap perubahan atau perkembangan hukum Islam dari masa ke masa.

b. Pengertian Fatwa

Fatwa menurut bahasa berarti jawaban mengenai suatu kejadian (peristiwa). Sedangkan menurut syara' adalah menerangkan hukum syara' dalam suatu persoalan sebagai jawaban dari suatu pertanyaan, baik si penanya itu jelas identitasnya maupun tidak, baik perseorangan maupun kolektif.<sup>20</sup>

Menurut Drs. Rohadi Abdul Fatah, fatwa merupakan kumpulan nasehat atau wejangan yang berharga untuk kemaslahatan umat.<sup>50</sup> Sedangkan menurut Amir Syarifudin fatwa adalah usaha memberikan

---

<sup>19</sup>. *Ibid*, hlm. 963

<sup>20</sup>. Yusuf, Qardhawi, *Fatwa antara Ketelitian dan Kecerobohan*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, hlm. 5

penjelasan tentang hukum syara' oleh ahlinya kepada orang yang belum mengetahuinya.<sup>21</sup>

Menurut Imam Zamakhsyari dalam bukunya *Al-Kasyaf* pengertian fatwa adalah suatu jalan yang lurus. Atas dasar pengertian dan uraian di atas, maka fatwa (hukum) yang bersifat praktis dan aktual. Umat Islam pada dasarnya boleh terikat dengan isi fatwa itu sebagaimana tidak terikat dengan salah satu fiqh mazhab, tetapi secara moral dan sosial wajib menjadikan fatwa sebagai pedoman atau pegangan dalam kehidupan beragama dan bermasyarakat.

Aktivitas penetapan fatwa lebih tepat disebut dengan istilah ifta' artinya penetapan fatwa. Orang atau lembaga yang mempertanyakan persoalan hukum disebut mustafi'. Keempat hal tersebut oleh para ulama ahli ushul disebut rukun fatwa.<sup>22</sup>

Studi terhadap fiqh, yurisprudensi (putusan) peradilan agama dan peraturan perundang-undangan sudah relatif lebih banyak daripada studi terhadap fatwa. Oleh karena itu, studi fatwa MUI yang dilakukan Atho' Mudzhar merupakan studi rintisan yang berguna menjadi rujukan studi fatwa berikutnya.

Menurut Atho' mudzharm, produk pemikiran hukum Islam dari para ahli hukum Islam dapat dilihat dari lima hal, yaitu kitab-kitab fiqh, putusan pengadilan agama, perundang-undangan yang berlaku di

---

<sup>21</sup>. Rohadi, Abdul. Fatah, *Analisa Fatwa Keagamaan dalam Fiqh Islam*, Jakarta : Bumi Aksara, 1991, hlm 39

<sup>22</sup>. Amir, Syarifudin, *Ushul Fiqih*, Jilid 2, Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1999, hlm. 429

negeri muslim, kompilasi hukum Islam dan fatwa.<sup>23</sup> Studi fatwa-fatwa ulama di Indonesia bisa dilakukan terhadap fatwa komisi fatwa MUI, fatwa majlis Tarjih Muhammad, fatwa *Bahs al-Masai'il al-Diniah* NU atau lembaga lain.

Studi terhadap fatwa ulama di Indonesia lebih banyak menuju terhadap fiqh yang hidup di Indonesia sesuai dengan persoalan yang ada karena fatwa adalah putusan hukum yang menjawab persoalan praktis dan aktual.<sup>24</sup>

Manusia bila dihubungkan dengan kemampuan atau kesanggupannya memahami hukum syara' yang diturunkan Allah Swt dan rasulullah Saw berupa ayat al-Qur'an dan Sunnah Rasul terbagi menjadi dua kelompok. Pertama, kelompok orang-orang yang memiliki kesanggupan ijtihad, yang disebut mujtahidin. Kedua kelompok orang-orang yang tidak memiliki kesanggupan ijtihad, yang merupakan kelompok terbesar. Mereka itu disebut orang awam.<sup>25</sup> Bagi orang awam karena keterbatasannya untuk beberapa persoalan agama, wajib bertanya kepada orang yang ahli. Pertanyaan dan persoalan hukum itu menjadi

---

<sup>23</sup>. Atho', Mudzar, *Pendekatan Studi Islam dalam Teori dan Praktek*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset, 2001, hlm. 245

<sup>24</sup>. Muhammad, Atho', Mudzhar, *Fatwa-Fatwa MUI (Sebuah Studi Pemikiran Hukum Islam di Indonesia 1975-1988)*, Jakarta : INIS, 1993, hlm. 6

<sup>25</sup>. Muchtar, Yahya dkk, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*, Bandung : Al-Ma'arif, hlm. 403

## **B. Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa Se-Indonesia II Tahun 2006 Tentang SMS Berhadiah**

Majelis ulama Indonesia merupakan sebuah wadah yang didalamnya terhimpun para ulama, zu'ama dan cendekiawan muslim. Keberadaan MUI tidak bisa dilepaskan dari karakteristiknya sebagai sebuah lembaga keagamaan yang mempresentasikan ulama islam di Indonesia karena para pengurusnya terdiri dari pemimpin ormas islam, perguruan tinggi islam, pondok pesantren, dan komponen umat lainnya. Kompetensi yang menonjol dari MUI adalah fatwa-fatwanya yang sampai saat ini mendapat pengakuan dari berbagai kalangan baik dari dalam maupun negeri.

MUI (Majelis Ulama Indonesia) pada bulan Juli 2006 di Jakarta telah mengeluarkan keputusan mengenai hukum SMS berhadiah yang pada saat ini banyak kita jumpai baik di media elektronik maupun media cetak

Keputusan ijtima' ulama komisi fatwa se-Indonesia II tahun 2006 tentang SMS berhadiah adalah sebagai berikut :

### **1. Deskripsi Masalah**

Yang dimaksud dengan “SMS Berhadiah” adalah segala bentuk kegiatan penghimpunan pengiriman SMS mengenai suatu masalah, yang disertai janji pemberian hadiah, baik melalui undian ataupun melalui akumulasi jumlah (frekwensi) pengiriman SMS yang paling tinggi, sementara biaya pengiriman SMS diluar ketentuan normal, dan sumber hadiah tersebut berasal dari akumulasi hasil perolehan SMS dari peserta atau sebagainya berasal dari sponsor.

Kegiatan tersebut dapat berbentuk bisnis kegiatan kontes, kuis, olahraga, permainan (*games*), kompetisi dan berbagai bentuk kegiatan lainnya, yang menjanjikan hadiah yang diundi diantara para peserta pengiriman SMS baik dalam bentuk materi (uang), natura, paket wisata dan lain sebagainya.<sup>26</sup>

## 2. Ketentuan Hukum

### a. SMS berhadiah haram hukumnya, jika :

#### 1. Mengandung unsur *maysir*, *tabdzir*, *gharar*, *dharar*, *ighra'*, dan *israf*.

a. *Maysir* (judi) yaitu mengundi nasib dimana konsumen akan berharap-harap cemas memperoleh hadiah besar dengan cara mudah.

b. *Tabdzir* yaitu menggunakan harta untuk sesuatu yang tidak bermanfaat menurut ketentuan.

c. *Gharar* yaitu adanya ketidakpastian peserta untuk memperoleh hadiah dalam suatu kegiatan yang tidak jelas (bersifat tipu daya) oleh produsen/penyedia jasa melalui *trick* janji pemberian hadiah atau bonus.

d. *Dharar* yaitu membahayakan orang lain akibat dari permainan judi terselubung yang menyesatkan dengan pemberian hadiah kemenangan diatas kerugian dan kekalahan yang diderita oleh peserta lain.

---

26. MUI Pusat, Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa Se-Indonesia II Tahun 2006 Tentang *Masail Waqi'iyah Mu'shirah* (Masalah Aktual Kontemporer) Tentang SMS Berhadiah.



- e. *Ighra'* yaitu membuat angan-angan kosong dimana konsumen dengan sendirinya akan berfantasi mengharapkan hadiah yang menggiurkan. Akibatnya, menimbulkan mental malas bekerja karena untuk mendapatkan hadiah tersebut dengan kukup menunggu pengumuman.
  - f. *Israf* yaitu pemborosan, dimana peserta mengeluarkan uang diluar kebutuhan yang wajar.
2. Hadiah yang diberikan dalam praktek SMS berhadiah baik keseluruhan ataupun sebagainya, berasal dari hasil pengiriman SMS.
- b. SMS berhadiah hukumnya mubah jika tidak mengandung unsur-unsur diatas.
  - c. Hukum haram untuk SMS berhadiah ini berlaku secara umum bagi pihak-pihak yang terlibat, baik penyelenggara acara, provider telekomunikasi, peserta pengirim, maupun pihak pendukung lainnya.<sup>27</sup>

### 3. Dasar Hukum

#### 1. QS. Al-Maidah (05): 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ  
فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ O

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan.

---

27. MUI Pusat, *Ibid.*,

Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kalian mendapat keberuntungan.”<sup>28</sup>

2. QS. Al-Isra' (17): 26-27

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ قَبْذِيرًا  
إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

﴿٢٧﴾

Artinya : “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”<sup>29</sup>

3. QS. Al-A'raf (7): 31

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا  
وَشَرَبُوا وَلَا تَسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

﴿٣١﴾

Artinya : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”<sup>30</sup>

4. QS. Al-Muddatstsir (74): 6

<sup>28</sup>. Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: Karya Toha Putra, 2002, hlm. 123.

<sup>29</sup>. *Ibid.*, hlm. 284

<sup>30</sup>. *Ibid.*, hlm. 154

Artinya :*“Dan janganlah kamu memberi (dengan maksud) memperoleh (balasan) yang lebih banyak”*<sup>31</sup>

5. Hadist Nabi SAW :

لا ضرر ولا ضرار

Artinya : *“Tidak boleh ada bahaya dan saling membahayakan”*<sup>32</sup>

### **C. Sejarah Lahirnya UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Pada dasarnya, kalau berbicara mengenai perlindungan konsumen maka hal ini tidak terlepas dari gerakan perlindungan konsumen di seluruh dunia. Sebab isue konsumen bukanlah masalah nasional saja, melainkan juga sudah menjadi permasalahan di seluruh dunia. Sebagaimana diketahui perkembangan perekonomian yang sangat pesat telah menghasilkan berbagai jenis barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Dengan diversifikasi produk yang sedemikian luasnya dan dengan dukungan kemajuan teknologi komunikasi dan informatika, telah menyebabkan perluasan ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara.<sup>33</sup> Az. Nasution menggambarkan fenomena ini dengan “dunia yang secara teknis dan psikologis makin mengecil menyebabkan denting garpu di salah satu ujung dunia terdengar jelas di ujung lainnya”.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup>. *Ibid.*, hlm. 575

<sup>32</sup>. MUI Pusat, *Ibid.*,

<sup>33</sup>. Gunawan Wijaya, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2000, hlm 11.

<sup>34</sup>. Az. Nasution, *Konsumen Dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995, hlm.61.

Konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai jenis barang dan atau jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari produksi domestik maupun yang berasal dari luar negeri. Kondisi yang demikian di satu sisi sangat bermanfaat bagi konsumen, karena kebutuhan yang diinginkan dapat dipenuhi dengan disertai kebebasan untuk memilih variasi barang dan atau jasa tersebut. Tetapi di sisi yang lain akan dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang, dimana konsumen pada posisi yang lemah. Konsumen hanya dijadikan objek aktivitas bisnis untuk meraup laba sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Fenomena di atas kemudian mengilhami gerakan perlindungan konsumen di seluruh dunia. Oleh karena itu lahirlah gerakan konsumen di seluruh dunia yang merupakan bukti bahwa hak-hak masyarakat (konsumen) dijunjung tinggi dan dihargai. Adapun gerakan perlindungan konsumen secara terorganisir diawali pada tahun 1891, yaitu dengan terbentuknya Liga Konsumen yang pertama kali di New York, pada tahun 1898 di tingkat Nasional Amerika Serikat terbentuk Liga Konsumen Nasional (The National Consumer's League).<sup>35</sup> Organisasi ini tumbuh dan berkembang dengan pesat sehingga pada tahun 1903 telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi 20 negara bagian.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>. Gunawan Wijaya, op cit, hlm.13.

<sup>36</sup>. *Ibid.*,

Pada tahun 1962 Presiden AS John F. Kennedy menyampaikan Consumer Message kepada konggres, dan ini dianggap sebagai era baru gejala konsumen.<sup>37</sup> Adapun isi dari pesan tersebut adalah :

1. *The right to safe products ;*
2. *The right to be informed about products ;*
3. *The right to definite choices in selecting products ;*
4. *The right to be heard regarding consumer interest.*

Setelah itu, Perserikatan Bangsa-Bangsa mengeluarkan resolusi nomor 39/248 Tahun 1985 tentang perlindungan konsumen (guidelines for consumer protection), juga merumuskan hak-hak konsumen yang perlu dilindungi, yang meliputi :

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya ;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen.
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
4. Pendidikan konsumen;
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen;<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> . Gunawan Wijaya, *op cit*, hlm.14.

<sup>38</sup> . *Ibid.*,

Sampai dengan tahun 1995, CI telah mempunyai 203 anggota yang berasal dari 80 negara termasuk Indonesia. Di Indonesia ditandai dengan terbentuknya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tanggal 11 Mei 1973.<sup>39</sup> Dalam perkembangannya di Indonesia telah terbentuk kurang lebih 19 organisasi konsumen termasuk Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Semarang.

Sejak YLKI didirikan muncul *panca* hak konsumen yang terdiri atas :

- a. Hak atas keamanan dan keselamatan.
- b. Hak informasi
- c. Hak untuk memilih
- d. Hak untuk didengar
- e. Hak atas lingkungan hidup yang baik.<sup>40</sup>

Secara konseptual hak-hak konsumen tersebut dalam bentuk konsep rancangan UUPK hukum yang disampaikan pada pemerintah dan semua pihak yang bertanggung jawab agar dimasukkan dalam jaringan hukum Indonesia sehingga dapat menjadi salah satu instrumen hukum.<sup>41</sup>

Pada tahun 1981 untuk pertama kalinya YLKI mengusulkan kepada pemerintah Indonesia untuk mengeluarkan Undang-Undang perlindungan konsumen, karena banyaknya keluhan konsumen yang disampaikan kepada lembaga ini. Tetapi usulan ini ditolak dengan alasan di Indonesia telah ada peraturan yang membahas tentang konsumen. Kaidah-kaidah hukum yang berkaitan dengan masalah konsumen itu termuat dalam lingkungan hukum

---

<sup>39</sup> Az. Nasution, *Op.Cit*, hlm 30

<sup>40</sup> *Ibid.*,

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 80

perdata (KUH Perdata, KUHD, dan lain-lain) maupun hukum publik (hukum pidana, hukum administrasi, hukum internasional, hukum acara perdata, hukum acara pidana, dan lain-lain). Disamping itu bentuk lain dari hubungan dan masalah konsumen terdapat pula penanggulangannya dalam etika bisnis yang lazim disebut regulasi sendiri (*self regulation*) dari kalangan pengusaha atau profesi (antara lain: kode etik, kode pemasaran, kode praktek pengusaha atau profesi).<sup>42</sup> Oleh karena itu pemerintah beranggapan belum perlu adanya peraturan perundang-undangan yang baru.

Tetapi pada kenyataannya “hukum konsumen” yang dimaksud oleh pemerintah Indonesia, menurut Az. Nasution, SH, banyak yang mengalami kendala dalam pemanfaatannya, yaitu:

1. Peraturan perundang-undangan tersebut diterbitkan bukan untuk tujuan khusus untuk mengatur dan atau melindungi.
2. Dalam peraturan tersebut tidak menyebutkan dengan jelas apa yang dimaksud dengan kepentingan konsumen.
3. Kebebasan kalangan pelaku usaha dalam berbisnis telah banyak merugikan konsumen, hal ini membuktikan bahwa perundang-undangan tersebut sudah tidak memadai lagi.
4. Hukum acara yang berlaku tidak mudah dimanfaatkan oleh konsumen yang dirugikan.
5. Berbagai kepentingan konsumen sebagaimana yang telah disepakati oleh PBB dalam resolusi tentang pedoman perlindungan konsumen

---

<sup>42</sup>. *Ibid.*, hlm. 62

memerlukan sarana dan prasarana hukum untuk dapat diwujudkan bagi kepentingan masyarakat.<sup>43</sup>

Oleh karena itu masyarakat Indonesia melalui organisasi konsumen terus berusaha agar undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia dapat segera terbentuk. Dan akhirnya perjuangan selama bertahun-tahun itu membuahkan hasil, yaitu pada tanggal 20 April 1999 pemerintah telah bersedia mengeluarkan UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang disahkan oleh presiden B.J Habibie (Presiden Indonesia pada waktu itu).<sup>44</sup>

Terbentuknya UU No. 8 ini telah melahirkan perspektif baru hukum pidana, termasuk di dalamnya menyangkut perumusan-perumusan tindak pidana korporasi.<sup>45</sup>

Dengan munculnya UUPK ini diharapkan akan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang dimiliki konsumen dan pelaku usaha. Dalam konsiderans Undang-Undang ini dikatakan bahwa untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup>. *Ibid.*, hlm. 80-81

<sup>44</sup>. Undang-Undang RI. No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen , Jakarta, Sinar grafika, 1999, hlm

<sup>45</sup>. Yusuf shofie, *Pelaku usaha Konsumen Dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002. hlm.13.

<sup>46</sup>. UUPK., *Op.Cit*, hlm. 2



#### **D. Asas dan Tujuan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Sedangkan yang dimaksud sebagai konsumen di sini adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>47</sup>

Jadi yang dimaksud konsumen dalam Undang undang ini adalah konsumen akhir, bukan untuk diperjual belikan kembali.

Dalam pasal 2 disebutkan bahwa Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.<sup>48</sup> Sedangkan maksud dari pasal ini yaitu perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada

---

<sup>47</sup>. *Ibid*

<sup>48</sup>. *Ibid.*,

konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.”<sup>49</sup>

Memperhatikan substansi pasal 2 Undang-undang perlindungan konsumen demikian penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah negara Republik Indonesia.

Dalam Pasal 3 UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa :

“Perlindungan konsumen bertujuan :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

---

<sup>49</sup>. *Ibid.*,

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”<sup>50</sup>

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.

#### **E. Peraturan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Undian Berhadiah**

Dalam undang-undang perlindungan konsumen bertujuan sebagai perlindungan konsumen karena di dalamnya mengupayakan dan menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen. Sedangkan yang dimaksud sebagai konsumen disini adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat. Baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain.

Rendahnya tingkat kesadaran dan pendidikan hukum menambah lemahnya posisi konsumen. Untuk itu, pemerintah mengesahkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menjadi landasan bagi konsumen dan lembaga perlindungan konsumen

---

<sup>50</sup>. UUPK, *Ibid.*,

untuk memberdayakan dan melindungi kepentingan konsumen, serta membuat pelaku usaha lebih bertanggung jawab.<sup>51</sup>

Dalam hal ini Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan dua undang-undang yang keduanya mencerminkan buruknya nasib konsumen dan sebagai kompensasi dari sistem dan keadilan ekonomi yang berjalan selama ini, yaitu: (a). Tanggal 5 Maret 1999 telah diundangkan undang-undang republik Indonesia No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat; dan (b). Tanggal 20 April 1999 diundangkan pula Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan sebagai perlindungan konsumen karena di dalamnya mengupayakan dan menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen. Sedangkan yang dimaksud sebagai konsumen di sini adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat. Baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain.<sup>52</sup>

Sedangkan tujuan inti dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlidungan konsumen ini, menitikberatkan pada hak dan kewajiban saja, sedangkan pasal-pasal berikutnya adalah penunjang dan kelanjutan dari hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha seperti sanksi, klausa baku, pidana, dan lain sebagainya. Bila kita mencermati susunan hak-hak konsumen

---

<sup>51</sup>. Muhammad dan Alimin, *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: CV. BPFE. Yogyakarta, 2005, hlm. 4.

<sup>52</sup>. Undang-Undang RI No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 1999. Hlm. 3.

dalam undang-undang perlindungan konsumen ini yaitu hak kenyamanan, keamanan dan keselamatan barang/jasa merupakan prioritas hak yang utama, Islam memandang bahwa kebutuhan seperti ini merupakan kebutuhan yang bersifat primer.<sup>53</sup>

Dengan demikian agar pemenuhan kebutuhan tetap selaras dengan ajaran Islam, pelaksanaanya harus senantiasa memperhatikan ketetapan-ketetapan hukum Islam itu sendiri, sehingga konsumen itu sendiri akan merasakan kenyamanan keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. seperti halnya Islam mengajarkan tentang etika tidak boleh berlebih-lebihan atau bersifat boros. Dimana sifat-sifat tersebut di dalam Islam diistilahkan dengan *ishraf* dan *tabdzir* yang dilarang dalam Islam.

Menurut M. Abdul Manan mengatakan, bahwa pada hakikatnya perilaku konsumsi umat Islam dikendalikan oleh lima prinsip yaitu, prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahhatian dan moralitas.<sup>54</sup>

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa setiap konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di Indonesia berhak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa yang nyaman dikonsumsi olehnya, salah satu pengertian nyaman bagi konsumen muslim ialah bahwa barang tersebut tidak bertentangan dengan kaidah agama Islam, yaitu kehalalan dalam bertransaksinya.

Adapun salah satu pasal yang menjelaskan tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu: pasal 14 “pelaku usaha dalam menawarkan

---

<sup>53</sup>. Juhayya S. Praja, *Filsafat Hukum Islam*, Bandung: LPPM Unisba, 1995. Hlm. 101.

<sup>54</sup>. M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995, Hlm. 45.

barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk :

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang telah dijanjikan.
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa.
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.<sup>55</sup>

Dalam pasal 14 ini berisi tentang larangan yang ditujukan pada “perilaku” pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan dengan janji memberikan hadiah melalui cara undian, yang bertujuan untuk menerbitkan perdagangan dalam rangka menciptakan iklim usaha yang sehat, dan agar perilaku pelaku usaha tersebut tidak dikualifikasi sebagai perbuatan melawan hukum, dan juga maksud lain dari pasal ini adalah agar pelaku usaha tidak melakukan “cara-cara penjualan yang dapat mengelabui atau menyesatkan konsumen”.<sup>56</sup>

Dalam berbagai praktek undian tidak diumumkan secara transparan atau jadwal waktu penarikan undian ditunda atau hadiah tidak jadi diberikan tetapi mengganti dengan barang lain yang nilainya tidak setara dimana transparansi dalam hal mengumumkan hasil undian sangat diperlukan agar semua masyarakat sebagai konsumen dapat mengetahui hasil pengumuman

---

<sup>55</sup>. UU RI No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bandung: Citra Umbara, 2008. Hlm. 11.

<sup>56</sup>. Ahmadi Niru Dan Sutarman Yodo, *Op.cit.*, hlm. 98

tersebut, sehingga dapat menghilangkan kesan bahwa hadiah hanya diberikan pada orang-orang tertentu.

Akhir-akhir ini kita melihat dimasyarakat kita telah banyak beredar iklan SMS premium baik di media cetak amupun elektronik oleh para *content provider* yang tidak diimbangi dengan kesempurnaan *sistem*, *server* yang dimiliki oleh operator dan *content provider*. Permasalahn yang terjadi lebih diperparah dengan kondisi informasi dan pengetahuan yang tidak memadai di masyarakat yang telah di sampaikan oleh para *operator* dan oleh para *content provider*.

Apabila kita meninjau pada perlindungan konsumen, permasalahan SMS premium/SMS undian berhadiah seperti yang disebutkan di atas, maka permasalahan tersebut dapat memenuhi unsur-unsur hukum yang terait dengan “perlindungan konsumen” seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, dimana dalam asas-asas dalam undang-undang tersebut tentang perlindungan konsumen didasarkan atas asas “manfaat” dan “keselamatan konsumen” dengan tujuan menghindarkan konsumen dari dampak negatif pemakaian barang dan jasa. Oleh karena itu, permasalahan SMS premium/SMS undian berhadiah yang terjadi pada praktek masyarakat kita terkadang tidak memperhatikan nilai “manfaat” dan nilai “keselamatan konsumen” karena terkadang SMS undian berhadiah tidak sesuai dengan harapan yang dijanjikan hal ini dipersulit dari *content provider* itu sendiri yang seolah-olah menghambat proses penghentian pengguna SMS premium tersebut.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> . [Http://community.um.ac.id/showthread.php?98982-Pemotongan-Pulsa-Siluman-Jadi](http://community.um.ac.id/showthread.php?98982-Pemotongan-Pulsa-Siluman-Jadi)

Kaitannya dengan praktek undian SMS berhadiah undang-undang memandang bahwa :<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup>. Ahmadi Niru, *Op.cit.*, hlm. 130-136